

PATENT OFFICE  
JAPANESE GOVERNMENT



This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

Date of Application: June 8, 2000

Application Number: Patent Application No. 2000-172637

Applicant(s): NIPPON TELEGRAPH AND TELEPHONE CORPORATION

May 11, 2001

Commissioner,

Patent Office Kouzou OIKAWA

Number of Certificate: 2001-3038990

日 本 国 特 許 庁  
JAPAN PATENT OFFICE



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年 6月 8日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-172637

出 願 人

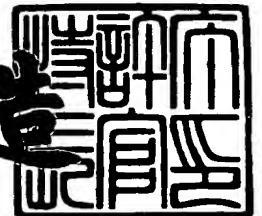
Applicant(s):

日本電信電話株式会社

2001年 5月11日

特 許 庁 長 官  
Commissioner,  
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3038990

【書類名】 特許願

【整理番号】 A000002969

【提出日】 平成12年 6月 8日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G09F 19/00

【発明の名称】 潜在顧客への広告配信装置および方法

【請求項の数】 22

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都千代田区大手町二丁目3番1号 日本電信電話株式会社内

    【氏名】 市川 裕介

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都千代田区大手町二丁目3番1号 日本電信電話株式会社内

    【氏名】 佐藤 基

【特許出願人】

    【識別番号】 000004226

    【氏名又は名称】 日本電信電話株式会社

【代理人】

    【識別番号】 100058479

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 鈴江 武彦

    【電話番号】 03-3502-3181

【選任した代理人】

    【識別番号】 100084618

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 村松 貞男

【選任した代理人】

    【識別番号】 100087963

【弁理士】

【氏名又は名称】 石川 義雄

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011567

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9701513

【ブルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 潜在顧客への広告配信装置および方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 潜在顧客抽出装置によって広告配信先が指定されるアイテムの広告を配信する潜在顧客への広告配信装置であって、

顧客が過去にオンラインショッピング装置に対しアイテムの情報にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した履歴を収集する収集手段と、

前記収集手段により収集したアクセス履歴をもとに、顧客毎のアクセス先アイテムリスト、および、アイテム毎のアクセス顧客リストを集計する集計手段と、

前記集計手段により集計したアクセスリストをもとに、広告を配信したいアイテムの潜在的な顧客を抽出する抽出手段と、

前記抽出手段により抽出した潜在顧客のリストを出力する出力手段とよりなる潜在顧客抽出装置と、

前記潜在顧客抽出装置が出力した潜在顧客のリストを入力として受け、前記入力されたリストの潜在顧客に対してアイテムの広告を配信する広告送信手段とを具備することを特徴とする広告配信装置。

【請求項 2】 潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、WWWサーバであることを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 3】 潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、コンビニ等の P O S 装置であることを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 4】 潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、テレフォンショッピングのコールセンタであることを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 5】 潜在顧客抽出装置において、収集されるアクセス履歴は、少なくともアクセス顧客 I D とアクセス先アイテム I D とアクセス日時を含むことを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 6】 潜在顧客抽出装置において、収集されるアクセス履歴は、単数、または、複数のオンラインショッピング装置から収集されることを特徴とす

る請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 7】 潜在顧客抽出装置において、抽出される潜在顧客は、  
広告を配信したい対象アイテムの情報に過去にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した直接顧客が、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテム以外のアイテム  
に対して、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客  
でない

ことを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 8】 潜在顧客抽出装置において、抽出される潜在顧客は、  
広告を配信したい対象アイテムに関連するアイテムの情報に過去にアクセスし  
た、または、対象アイテムに関連するアイテムの購入注文を出した直接顧客が、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテムの関連アイテム  
以外のアイテムに対して、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客  
でない

ことを特徴とする請求項 1 に記載の広告配信装置。

【請求項 9】 潜在顧客抽出装置において、出力される潜在顧客リストは、  
顧客が購入したアイテムの数、値段、最近購入した日時等に基づいて算出した広告  
配信の優先順位に従って、順序の並び替えができることを特徴とする請求項 1 に  
記載の広告配信装置。

【請求項 10】 請求項 1 に記載の広告配信装置において、広告配信は、電  
子メールによる広告の配信を含むことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 11】 請求項 1 に記載の広告配信装置において、広告配信は、顧  
客がオンラインショッピング装置にアクセスしてきた時に、バナー広告の表示を  
行うことを含むことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 12】 請求項 1 に記載の広告配信装置において、広告配信は、デ  
ジタル双方向 TV などの情報家電による広告の配信を含むことを特徴とする広告  
配信装置。

【請求項 1 3】 請求項 1 に記載の広告配信装置において、広告配信は、配信した広告の広告主から広告料金を課金することを特徴とする広告配信装置。

【請求項 1 4】 請求項 1 3 に記載の広告配信装置において、広告料金は、配信した広告に対する反応率を保証する、定額課金を行うことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 1 5】 請求項 1 3 に記載の広告配信装置において、広告料金は、配信した広告に対する反応率に応じた、従量課金を行うことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 1 6】 請求項 1 3 に記載の広告配信装置において、広告料金は、配信した広告配信数を一定量以上保証補償する、定量課金を行うことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 1 7】 請求項 1 3 に記載の広告配信装置において、広告料金は、配信した広告配信数に応じた、従量課金を行うことを特徴とする広告配信装置。

【請求項 1 8】 広告配信先が指定されるアイテムの広告を配信する潜在顧客への広告配信方法であって、

顧客が過去にオンラインショッピング装置に対しアイテムの情報にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した履歴を収集する収集ステップと、

前記収集ステップにより収集したアクセス履歴をもとに、顧客毎のアクセス先アイテムリスト、および、アイテム毎のアクセス顧客リストを集計する集計ステップと、

前記集計ステップにより集計したアクセスリストをもとに、広告を配信したいアイテムの潜在的な顧客を抽出する抽出ステップと、

前記抽出ステップにより抽出した潜在顧客のリストを出力する出力ステップと

前記出力ステップにより出力した潜在顧客のリストを入力として受け、前記入力されたリストの潜在顧客に対してアイテムの広告を配信する広告送信ステップと

よりなることを特徴とする広告配信方法。

【請求項 1 9】 収集されるアクセス履歴は、少なくともアクセス顧客 ID とアクセス先アイテム ID とアクセス日時を含むことを特徴とする請求項 1 8 に

記載の広告配信方法。

【請求項 2 0】 抽出される潜在顧客は、

広告を配信したい対象アイテムの情報に過去にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した直接顧客が、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテム以外のアイテムに対して、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でない

ことを特徴とする請求項 1 8 に記載の広告配信方法。

【請求項 2 1】 抽出される潜在顧客は、

広告を配信したい対象アイテムに関連するアイテムの情報に過去にアクセスした、または、対象アイテムに関連するアイテムの購入注文を出した直接顧客が、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテムの関連アイテム以外のアイテムに対して、

同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でない

ことを特徴とする請求項 1 8 に記載の広告配信方法。

【請求項 2 2】 出力される潜在顧客リストは、顧客が購入したアイテムの数、値段、最近購入した日時等に基づいて算出した広告配信の優先順位に従って、順序の並び替えができることを特徴とする請求項 1 8 に記載の広告配信方法。

【発明の詳細な説明】

【0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

本発明は、インターネットまたはネットワークを介して広告配信を行う潜在顧客への広告配信装置および方法に関するものである。

【0 0 0 2】

【従来技術】

従来、インターネットまたはネットワークを介した広告配信装置では、単純に顧客が過去購入したアイテムに対して同一、または類似のジャンルのアイテムの



広告を前記顧客に配信するもの、広告対象アイテムと同ジャンルのアイテムに関する情報にアクセスした顧客に対して配信するもの（D u b l e C l i c k社のバナー広告配信技術）、過去の購買履歴を相関分析等の分析にかけ、広告対象アイテムを購入した顧客の趣味や年齢層、性別、職業等の属性の分布を抽出し、前記の属性分布のうち、大きな割合を占める属性をもつ顧客に対して配信するもの、が挙げられる。

【 0 0 0 3 】

【発明が解決しようとする課題】

解決しようとする問題点は、従来の広告配信装置では、

- ・顧客に対して、趣味や年齢や職業等の属性情報の事前登録が必要であり、前記属性の事前登録が障壁となり、顧客数自体が増えない。

【 0 0 0 4 】

- ・前記属性登録を更新しない限り、顧客の属性に変更があったとしても、その属性の変化が反映されない。

【 0 0 0 5 】

- ・アイテムに対して、ジャンル（カテゴリー）等の属性情報の登録が必要であり、管理が面倒である。ここで、ジャンルを大まかな分類のみにしている場合は、管理の面倒さは軽減されるが、例えば、ハリウッド映画もフランス映画も邦画も同一の「映画」という大まかなジャンルにまとめた場合に、「映画」を趣味にしている人にフランス映画の広告を配信しても、ハリウッド映画が好きな人には効果がない様に、広告配信先の絞り込み精度が悪くなる。

【 0 0 0 6 】

- ・広告の配信先がカテゴリー、ジャンルに縛られる為、ジャンルを超えた相関関係のある、潜在的に興味をもつ可能性の高い顧客（潜在顧客）に広告が配信できない。

【 0 0 0 7 】

等の問題がある。

【 0 0 0 8 】

本発明は上記の事情に鑑みてなされたもので、顧客の属性、アイテムの属性登

録なしに、アイテムを購入する確率の高い顧客のみへ広告を配信する潜在顧客への広告配信装置および方法を提供することを目的とする。

【 0 0 0 9 】

【課題を解決するための手段】

上記目的を達成するために本発明は、潜在顧客抽出装置によって広告配信先が指定されるアイテムの広告を配信する潜在顧客への広告配信装置であって、顧客が過去にオンラインショッピング装置に対しアイテムの情報にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した履歴を収集する収集手段と、前記収集手段により収集したアクセス履歴をもとに、顧客毎のアクセス先アイテムリスト、および、アイテム毎のアクセス顧客リストを集計する集計手段と、前記集計手段により集計したアクセスリストをもとに、広告を配信したいアイテムの潜在的な顧客を抽出する抽出手段と、前記抽出手段により抽出した潜在顧客のリストを出力する出力手段とよりなる潜在顧客抽出装置と、前記潜在顧客抽出装置が出力した潜在顧客のリストを入力として受け、前記入力されたリストの潜在顧客に対してアイテムの広告を配信する広告送信手段とを具備することを特徴とするものである。

【 0 0 1 0 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、WWWサーバであることを特徴とするものである。

【 0 0 1 1 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、コンビニ等のPOS装置であることを特徴とするものである。

【 0 0 1 2 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、オンラインショッピング装置は、テレフォンショッピングのコールセンタであることを特徴とするものである。

【 0 0 1 3 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、収集されるアクセス履歴は、少なくともアクセス顧客IDとアクセス先アイテムIDとアクセス日

時を含むことを特徴とするものである。

【 0 0 1 4 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、収集されるアクセス履歴は、単数、または、複数のオンラインショッピング装置から収集されることを特徴とするものである。

【 0 0 1 5 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、抽出される潜在顧客は、広告を配信したい対象アイテムの情報に過去にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した直接顧客が、同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテム以外のアイテムに対して、同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でないことを特徴とするものである。

【 0 0 1 6 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、抽出される潜在顧客は、広告を配信したい対象アイテムに関連するアイテムの情報に過去にアクセスした、または、対象アイテムに関連するアイテムの購入注文を出した直接顧客が、同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテムの関連アイテム以外のアイテムに対して、同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でないことを特徴とするものである。

【 0 0 1 7 】

本発明は、前記広告配信装置の潜在顧客抽出装置において、出力される潜在顧客リストは、顧客が購入したアイテムの数、値段、最近購入した日時等に基づいて算出した広告配信の優先順位に従って、順序の並び替えができることを特徴とするものである。

【 0 0 1 8 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告配信は、電子メールによる広告の配信を含むことを特徴とするものである。

【 0 0 1 9 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告配信は、顧客がオンラインショッ

ピング装置にアクセスしてきた時に、バナー広告の表示を行うことを含むことを特徴とするものである。

【 0 0 2 0 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告配信は、デジタル双方向ＴＶなどの情報家電による広告の配信を含むことを特徴とするものである。

【 0 0 2 1 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告配信は、配信した広告の広告主から広告料金を課金することを特徴とするものである。

【 0 0 2 2 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告料金は、配信した広告に対する反応率（バナー広告におけるクリック率等）を保証する、定額課金を行うことを特徴とするものである。

【 0 0 2 3 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告料金は、配信した広告に対する反応率（バナー広告におけるクリック数等）に応じた、従量課金を行うことを特徴とするものである。

【 0 0 2 4 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告料金は、配信した広告配信数（バナー広告におけるバナー表示数等）を一定量以上保証補償する、定量課金を行うことを特徴とするものである。

【 0 0 2 5 】

本発明は、前記広告配信装置において、広告料金は、配信した広告配信数（バナー広告におけるバナー表示数等）に応じた、従量課金を行うことを特徴とするものである。

【 0 0 2 6 】

本発明は、広告配信先が指定されるアイテムの広告を配信する潜在顧客への広告配信方法であって、顧客が過去にオンラインショッピング装置に対しアイテムの情報にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した履歴を収集する収集ステップと、前記収集ステップにより収集したアクセス履歴をもとに、顧客毎

のアクセス先アイテムリスト、および、アイテム毎のアクセス顧客リストを集計する集計ステップと、前記集計ステップにより集計したアクセスリストをもとに、広告を配信したいアイテムの潜在的な顧客を抽出する抽出ステップと、前記抽出ステップにより抽出した潜在顧客のリストを出力する出力ステップと前記出力ステップにより出力した潜在顧客のリストを入力として受け、前記入力されたりリストの潜在顧客に対してアイテムの広告を配信する広告送信ステップとよりなることを特徴とする。

## 【 0 0 2 7 】

本発明は、前記広告配信方法において、収集されるアクセス履歴は、少なくともアクセス顧客IDとアクセス先アイテムIDとアクセス日時を含むことを特徴とする。

## 【 0 0 2 8 】

本発明は、前記広告配信方法において、抽出される潜在顧客は、広告を配信したい対象アイテムの情報に過去にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した直接顧客が、同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテム以外のアイテムに対して、同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でないことを特徴とする。

## 【 0 0 2 9 】

本発明は、前記広告配信方法において、抽出される潜在顧客は、広告を配信したい対象アイテムに関連するアイテムの情報に過去にアクセスした、または、対象アイテムに関連するアイテムの購入注文を出した直接顧客が、同様にアクセスした、または、購入注文を出した対象アイテムの関連アイテム以外のアイテムに対して、同様にアクセスした、または、購入注文を出した顧客であり、かつ、直接顧客でないことを特徴とする。

## 【 0 0 3 0 】

本発明は、前記広告配信方法において、出力される潜在顧客リストは、顧客が購入したアイテムの数、値段、最近購入した日時等に基づいて算出した広告配信の優先順位に従って、順序の並び替えができることを特徴とする。

## 【 0 0 3 1 】

前記構成によれば、顧客の過去のアクセス履歴のみをもとに、広告配信先を潜在顧客へと絞り込みが行える為、

- ・顧客からの事前の属性情報の登録が不要（属性入力の手間がかからないことから顧客を集めやすい）

- ・アイテムに対する属性情報の登録が不要（メンテナンスの手間がかからない）

- ・広告対象アイテムの潜在顧客に対して広告配信を行え、顧客が興味を持つ可能性が高まる

つまり、結果として閲覧／購入回数を増加させることができる。

#### 【 0 0 3 2 】

##### 【発明の実施の形態】

以下、本発明の実施形態例を、図面により詳細に説明する。図 1 及び図 2 は、本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の構成を示すブロック図である。

#### 【 0 0 3 3 】

図 1 及び図 2 に示すクライアント側は、アイテムの情報を閲覧したり、アイテムの購入を行ったり、広告の表示を行う為の入出力装置 6 1 とクライアント ID を保持する顧客 ID 記憶部 6 2 を持つ、パソコン等の Web アクセス可能な装置、デジタル TV、電話、携帯電話等の顧客端末 6 0 である。

#### 【 0 0 3 4 】

入出力装置 6 1 は、出力部はディスプレイ、プリンタ、テレビ画面、液晶画面等であり、入力にマウスや各種ポインティングデバイス、キーボード、赤外線リモコン、携帯電話のプッシュキー等である。

#### 【 0 0 3 5 】

顧客 ID 記憶部 6 2 は、オンラインショッピングサーバ 1 0 から割り振られた顧客 ID を記憶する。

#### 【 0 0 3 6 】

サーバ側は顧客端末 6 0 からの要求に応じて、アイテム情報の表示や、アイテムの購入注文を受けるオンラインショッピングサーバ 1 0、オンラインショッピングサーバ 1 0 のアクセス履歴から広告配信対象のアイテムの潜在顧客を抽出す

る潜在顧客抽出サーバ20、顧客端末60に対し広告を表示、または配信する広告送信サーバ30、および広告配信に対する課金情報を管理する課金情報管理サーバ40で構成される。

【0037】

前記顧客端末60、オンラインショッピングサーバ10、潜在顧客抽出サーバ20、広告送信サーバ30、および課金情報管理サーバ40はインターネットまたはネットワークNにより接続される。

【0038】

オンラインショッピングサーバ10は、Amazon.com(<http://www.amazon.com/>)や、Outpost.com(<http://www.outpost.com/>)や、楽天市場 (<http://www.rakuten.co.jp/>)等のネットワークを介して、アイテムの情報を閲覧し、実際にアイテムを購入できるECサーバ等であり、顧客端末60からのアイテム情報の閲覧要求や購入要求等を受け、情報表示や購入注文発注処理を行うオンラインショッピング処理部12と、上記アイテムの閲覧／購入等のアイテムへのアクセス（閲覧／購入）履歴を記録するアクセス履歴リスト50と、顧客端末60へ顧客IDを発行し、顧客データ蓄積部14に顧客ID情報の保持を行うID情報管理部13と、アイテムの情報、アイテムIDの保持を行うアイテムデータ蓄積部15と、各部の制御を行う制御部11で構成される。

【0039】

上記アイテムとは、上記顧客端末60を介して、情報の閲覧、バスケット等への保持、購入等が可能な情報または商品等であり、WebのURLや商品コード等のアイテムIDによりユニークに識別できる。

【0040】

上記顧客IDは、グローバルに一意的な識別子であり、ID情報管理部13において、新規生成、もしくは既存IDの確認を行う。

【0041】

潜在顧客抽出サーバ20は、単数、または複数のオンラインショッピングサーバ10からアクセス履歴リスト50を収集するアクセス履歴収集部22と、前記収集した、アクセス履歴リスト50を一定期間分保持するアクセス履歴リスト蓄

積部 23 と、前記アクセス履歴リスト蓄積部 23 の履歴をもとに、入力部 25 から受けた潜在顧客抽出要求に従い、潜在顧客の抽出を行う潜在顧客抽出処理部 24 と、前記抽出した潜在顧客のリストを出力する出力部 26 と、これらを制御する制御部 21 で構成される。

#### 【0042】

広告送信サーバ 30 は、指定された広告対象アイテム ID を潜在顧客抽出サーバ 20 に送信する出力部 34 と、前記潜在顧客リストを受け取る入力部 33 と、潜在顧客リストに記載の顧客 ID の顧客端末に対して広告送信を行う、広告配信処理部 32 と、前記オンラインショッピングサーバ 10 の顧客データ蓄積部 14 と同様の顧客データ蓄積部 35、アイテムデータ蓄積部 36 と、これらを制御する制御部 31 で構成される。

#### 【0043】

課金情報管理サーバ 40 は、広告の送信や広告に対する反応（バナーをクリックする等）、アイテムの情報の閲覧、アイテムの購入等を行うことをトリガーとして課金し、アイテムを紹介、購入させたい企業に対して料金を請求するための管理サーバであり、課金条件管理部 42、広告配信回数管理部 43、広告レスポンス管理部 44、入力部 45、出力部 46、制御部 41 を備える。

#### 【0044】

課金条件管理部 42 は、アイテム ID 毎に広告課金種別、契約数（広告配信数、広告レスポンス数）、契約料金を保持し、アイテム ID と広告課金種別をキーとして、契約数（広告配信数、広告レスポンス数）、および契約料金を読み出すことを可能とする。

#### 【0045】

広告課金種別は、下記に示すものが可能である。

#### 【0046】

- ・ 広告配信数毎の従量課金：契約対象アイテムの広告配信数×配信 1 件あたりの料金
- ・ 広告配信数毎の定額課金：契約対象アイテムの広告配信数が契約数以上となることを条件とする料金



- ・ 広告レスポンス数毎の従量課金：契約対象アイテムの広告配信に対するレスポンス数×レスポンス 1 件あたりの料金

- ・ 広告レスポンス数毎の定額課金：契約対象アイテムの広告配信に対するレスポンス数が契約数以上となることを条件とする料金

- ・ 上記組み合わせによる課金：一定数の広告配信を条件として一定額の定額料金を設定し、一定数以上の配信があった場合に追加従量課金／一定数に達しなかった場合にその量に応じた額の返金を行う等

図 3 は、本発明の一実施形態例に係る広告配信装置のオンラインショッピングサーバ 1 0 で生成されるアクセス履歴リスト 5 0 を示す図である。

【 0 0 4 7 】

アクセス履歴リスト 5 0 は、少なくとも“アクセス顧客 ID 5 1，被アクセスアイテム ID 5 2，アクセス日時 5 3”を含む形式で保持されており、例えば、Webサーバのアクセス履歴を利用する手段や、独自の履歴保持手段による手段がある。

【 0 0 4 8 】

図 5 は、本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の潜在顧客抽出サーバ 2 0 に入力される広告対象アイテムリスト 8 0 を示す図である。

【 0 0 4 9 】

広告対象アイテムリスト 8 0 は、少なくとも“広告対象アイテム ID 8 1，優先度 8 2”を含む形式で記述されており、例えば、カンマ区切りの CSV ファイル形式で記述する手段や、独自の記述様式による記述方法がある。

【 0 0 5 0 】

広告対象アイテムリスト 8 0 には、広告の対象となるアイテムのアイテム ID 8 1 の他、前記アイテムと関連のあるアイテムのアイテム ID を記述してもよい。

【 0 0 5 1 】

図 6 は、本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の潜在顧客抽出サーバ 2 0 から出力される潜在顧客リスト 9 0 を示す図である。

【 0 0 5 2 】

潜在顧客リスト 9 0 は、少なくとも“優先順位 9 1，顧客 ID 9 2”を含む形式で記述されており、例えば、カンマ区切りの CSV ファイル形式で記述する手段や、独自の記述様式による記述方法がある。

【 0 0 5 3 】

次に各部の詳細な動作について、図 7 以降を参照して説明する。

【 0 0 5 4 】

＜顧客 ID の付与＞

図 7 はオンラインショッピングサーバにおける顧客 ID 付与動作を示すフローチャートである。

【 0 0 5 5 】

1) 顧客が顧客端末を利用して、インターネット等のネットワークを介して、オンラインショッピングサーバにアクセスする。(S 1 0 0)

2) 顧客端末は、オンラインショッピングサーバへの接続を確認すると、“顧客端末認証要求”とともに顧客 ID 記憶部に保持されている顧客 ID を送る。この時、顧客 ID が保持されていない際には、なにもないことを示す NULL コードを送信する。(S 1 1 0)

3-1) “顧客端末認証要求”と顧客 ID を受けたオンラインショッピングサーバは、顧客 ID が NULL コードであった場合には (S 1 2 0)、ID 情報管理部より新規のグローバルに一意的な識別子である顧客 ID を生成し (S 1 4 0)、顧客 ID を顧客データ蓄積部に保存し (S 1 5 0)、“顧客端末認証応答”とともに前記顧客 ID を前記顧客端末に送る (S 1 6 0)。

【 0 0 5 6 】

3-2) “顧客端末認証要求”と顧客 ID を受けたオンラインショッピングサーバは、顧客 ID が NULL コードでない場合には (S 1 2 0)、ID 情報管理部に問い合わせ、顧客データ蓄積部に存在するか否かを確認し、存在する顧客 ID でない場合には (S 1 3 0)、前記顧客端末より受けた前記顧客 ID を破棄し、新規にグローバルに一意的な識別子である顧客 ID を生成し (S 1 4 0)、顧客 ID を顧客データ蓄積部に保存し (S 1 5 0)、“顧客端末認証応答”とともに前記顧客 ID を前記顧客端末に送る (S 1 6 0)。

【0057】

3-3) “顧客端末認証要求”と顧客IDを受けたオンラインショッピングサーバは、顧客IDがNULLコードでない場合には(S120)、ID情報管理部に問い合わせ、顧客データ蓄積部に存在するか否かを確認し、存在する顧客IDであった場合には(S130)、“顧客端末認証応答”とともに前記顧客IDをそのまま前記顧客端末に送る(S160)。

【0058】

4) 前記“顧客端末認証応答”と前記顧客IDを受け取った顧客端末は、受信した顧客IDを顧客ID記憶部に書き込む(S170)。

【0059】

本一連の処理は、ID情報管理部において、顧客IDとともにパスワードを記憶管理することにより、2)～3)の顧客認証要求の処理にパスワードチェックを行い、顧客IDのセキュリティを高める処理を実行することも可能である。

【0060】

<アクセス履歴の生成>

図8はオンラインショッピングサーバにおけるアクセス履歴生成動作を示すフローチャートである。

【0061】

1) 顧客が顧客端末を利用して、インターネット等のネットワークを介して、オンラインショッピングサーバ上のアイテム情報を閲覧、またはアイテムの購入要求を送信する(S200)。

【0062】

2) アクセスしてきた顧客端末の顧客IDと、閲覧／購入対象のアイテムのアイテムID、およびアクセス日時を少なくとも含む形で、アクセス履歴リストにアクセス履歴を追加する(S210)。

【0063】

アクセス履歴上に記録する情報は、上記のみに限るものではなく、閲覧／購入の区別等の情報を記録し、後述の潜在顧客抽出動作の際の優先順位付けのパラメータとして利用することも含まれる。

【 0 0 6 4 】

＜アクセス履歴の収集＞

図 9 は潜在顧客抽出サーバにおけるアクセス履歴収集動作を示すフローチャートである。

【 0 0 6 5 】

1) 潜在顧客抽出サーバにおいて、あらかじめ指定した時刻に制御部からアクセス履歴収集部へアクセス履歴収集要求が送信され、アクセス履歴収集動作を開始する ( S 3 0 0 ) 。

【 0 0 6 6 】

2) 潜在顧客抽出サーバにおいて、アクセス履歴収集部は、オンラインショッピングサーバ上のアクセス履歴リストをネットワークを介して F T P G E T 等のプロトコルを利用し収集する ( S 3 1 0 ) 。

【 0 0 6 7 】

3) オンラインショッピングサーバよりアクセス履歴リストを収集したアクセス履歴収集部は、アクセス履歴リスト蓄積部に保持する。この際、顧客 I D をキーとして該顧客が閲覧／購入したアクセス履歴を、アイテム I D をキーとして、該アイテムが閲覧／購入されたアクセス履歴を読み出せる様な形式で保持する ( S 3 2 0 ) 。

【 0 0 6 8 】

尚、2) の収集動作において、収集対象となるオンラインショッピングサーバは単数に限るものではなく、複数のサーバから収集することも含まれる。また、アクセス履歴収集部からアクセス履歴収集を行う方式に限るものではなく、定期的、またはアクセスがあった時点で、オンラインショッピングサーバからアクセス履歴収集部へ送信する方式も含まれる。

【 0 0 6 9 】

＜潜在顧客抽出＞

図 1 0 は潜在顧客抽出サーバにおける潜在顧客抽出の動作を示すフローチャートである。

【 0 0 7 0 】

1) 潜在顧客抽出サーバにおいて、入力部が“潜在顧客抽出要求”とともに、広告対象アイテムリストの入力を受信する(S400)。

【0071】

前記広告対象アイテムリストは、実際に広告の対象となるアイテムのアイテムIDのみに限定されるものではなく、広告主が指定する広告対象アイテムと関連するアイテムのアイテムIDも含まれる。

【0072】

2) 前記“潜在顧客抽出要求”を受信した入力部から制御部へ潜在顧客抽出要求を送信し、潜在顧客抽出動作を開始する(S410)。

【0073】

3) 前記潜在顧客抽出要求を受信した制御部から、潜在顧客抽出処理部へ潜在顧客抽出開始要求を送信する(S420)。

【0074】

4) 前記潜在顧客抽出開始要求を受信した潜在顧客抽出処理部は、入力部から前記広告対象アイテムリストを読み出し、前記広告対象アイテムリスト中の全アイテムIDを対象アイテム群71(以降G1と呼ぶ:図4参照)にセットする(S430)。

【0075】

5) 潜在顧客抽出処理部において、アクセス履歴リスト蓄積部より、前記G1のアイテムIDをキーとして、過去に前記アイテムを顧客が閲覧/購入したアクセス履歴を取得し、アクセス履歴中の全顧客IDをアイテムにアクセスした顧客(直接顧客)群72(以降G2と呼ぶ:図4参照)にセットする(S440)。

【0076】

6) 潜在顧客抽出処理部において5)と同様にして、アクセス履歴リスト蓄積部より、前記G2中の顧客IDをキーとして、過去に前記顧客がアイテムを閲覧/購入したアクセス履歴を取得し、アクセス履歴中の全アイテムIDの内、G1でないG1のアイテムに関係の深いアイテム群73(以降G3と呼ぶ:図4参照)にセットする(S450)。

【 0 0 7 7 】

7) 潜在顧客抽出処理部において5)と同様にして、アクセス履歴リスト蓄積部より、前記G 3中のアイテムIDをキーとして、過去に前記アイテムを顧客が閲覧／購入したアクセス履歴を取得し、アクセス履歴中の全顧客IDの内、G 2にない顧客IDをG 1のアイテムに潜在的に興味を持つ可能性の高い顧客（潜在顧客）群7 4（以降G 4と呼ぶ：図4参照）にセットする（S 4 6 0）。

【 0 0 7 8 】

8) 潜在顧客抽出処理部において、前記G 4の顧客IDを潜在顧客リストとして出力部に送信する（S 4 7 0）。

【 0 0 7 9 】

9) 潜在顧客リストを受信した出力部は外部インタフェースに対して、潜在顧客リストを出力する（S 4 8 0）。

【 0 0 8 0 】

前記動作により、広告を打ちたい対象アイテムにアクセスした顧客群と類似したアクセス傾向を持つ顧客群を抽出できる。前記直接顧客と類似したアクセス傾向を持つ顧客群は、興味傾向が似ていると言える為、すなわち、潜在的に前記対象アイテムを購入する可能性の高い顧客群（潜在顧客）を抽出したことになる。

【 0 0 8 1 】

前記4)～7)の処理において、例えば、群中のアクセスしたアイテムの数（重なり量）や、アクセス日時、顧客の過去のアクセスアイテム数、アイテムの過去の被アクセス顧客数等をキーにして、順序をソーティングすることで、優先順位を決定し、前記ソーティングした順位の上位n件に絞込むことでより、アクセス傾向の類似度の精度を上げることが可能である。

【 0 0 8 2 】

<広告配信動作>

図1 1は広告送信サーバにおける広告を潜在顧客へ配信する動作を示すフローチャートである。

【 0 0 8 3 】

1) 広告送信サーバにおいて、入力部が“広告配信要求”とともに、単数、ま

たは複数の広告対象アイテムIDの入力を受信する（S500）。

【0084】

2) 広告送信サーバにおいて、入力部から制御部へ前記広告配信要求を送信し、広告配信処理動作が開始する（S510）。

【0085】

3) 前記広告配信要求を受信した制御部から、出力部へ“広告対象アイテムID出力要求”を送信（S520）。

【0086】

4) 前記広告対象アイテムID出力要求を受信した出力部は、入力部から広告対象アイテムIDを読み出す（S530）。

【0087】

5) 出力部から潜在顧客抽出サーバへ広告対象アイテムIDを、“潜在顧客抽出要求”とともに送信する（S540）。

【0088】

6) 潜在顧客抽出サーバにおいて、広告対象アイテムの潜在顧客抽出動作を実行（S550／S400～S480）。

【0089】

7) 潜在顧客抽出サーバから出力された潜在顧客リストを、広告送信サーバ入力部が受信する（S560）。

【0090】

8) 前記潜在顧客リストを受信した広告送信サーバ入力部から広告配信処理部へ潜在顧客リストを送信する（S570）。

【0091】

9) 前記潜在顧客リストを受信した広告配信処理部から、潜在顧客リストに記載の顧客IDに対応した顧客端末に対して、電子メールやプッシュ配信装置等の手段を用いて広告送信する（S580）。

【0092】

前記広告配信手段は、直接電子メールやプッシュ配信装置を用いて送信する方法のみに限定するものではなく、顧客端末がオンラインショッピングサーバにア

クセスしてきた際に、バナー表示する手段も含まれる。

【 0 0 9 3 】

本発明の実施の形態によれば、顧客の過去のアクセス履歴のみをもとに、広告配信先を潜在顧客へと絞り込みが行える為、

- ・顧客からの事前の属性情報の登録が不要（属性入力の手間がかからないことから顧客を集めやすい）

- ・アイテムに対する属性情報の登録が不要（メンテナンスの手間がかからない）

- ・広告対象アイテムの潜在顧客に対して広告配信を行え、顧客が興味を持つ可能性が高まる

つまり、結果として顧客の手間、管理工数を減少させ、かつ、閲覧／購入確立を増加させることができる。

【 0 0 9 4 】

本発明の実施の形態は上記に限るものではなく、例えば、広告配信は、オンラインショッピングサーバのトップページにお奨めアイテムの形式でメニュー表示することも可能である。

【 0 0 9 5 】

また、インターネット応用だけでなく、デジタル双方向TVや情報家電などの属性入力が困難なメディア&ネットワークで、アクセス履歴のみで広告配信先を決定する際に有効になる。

【 0 0 9 6 】

また、オンラインショッピングサーバ、潜在顧客抽出サーバ、広告送信サーバ、課金情報管理サーバはそれぞれ独立の装置でも、いずれかの組み合わせ、あるいは全てを1台のサーバで実施してもよい。

【 0 0 9 7 】

以上のように、WebのECサイト等のオンラインショッピング装置において、顧客がアイテムの情報を閲覧した、またはアイテムを購入した履歴（アクセス履歴）が保存される。保存される情報は、例えば“顧客ID，アイテムID，アクセス日時”である。



【0098】

上記アクセス履歴を収集し、アイテムAの広告を配信するときには、図4に示すように、「アイテムAとその関連アイテムから成るアイテム群G1を閲覧／購入した顧客群G2が共通に閲覧／購入した」アイテム群G3を同じように見ている「潜在的にG1を閲覧／購入する可能性の高い顧客（潜在顧客）群G4」に対して広告を配信することが基本的なロジックである。

【0099】

上記ロジックにより、広告を配信したい対象アイテムに対して、アクセス履歴のみをもとに（属性の事前登録が不要で）閲覧／購入する可能性の高い顧客に対しての広告配信を行う事が可能となる。

【0100】

【発明の効果】

以上述べたように本発明によれば、広告を配信したい対象アイテムに対して、アクセス履歴のみをもとに（顧客、アイテムにする属性の事前登録が不要で）、閲覧／購入する可能性の高い顧客に対しての広告配信を行うことが可能となる。

【0101】

つまり、結果として閲覧／購入回数を増加させることができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】

本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の構成を示すブロック図である。

【図2】

本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の構成を示すブロック図である。

【図3】

本発明の一実施形態例に係る広告配信装置のオンラインショッピングサーバで生成されるアクセス履歴リストを示す説明図である。

【図4】

本発明の一実施形態例に係る潜在顧客抽出の一例を示す概念図である。

【図5】

本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の潜在顧客抽出サーバに入力される

広告対象アイテムリストを示す説明図である。

【図 6】

本発明の一実施形態例に係る広告配信装置の潜在顧客抽出サーバから出力される潜在顧客リストを示す説明図である。

【図 7】

本発明の一実施形態例に係るオンラインショッピングサーバにおける顧客 ID 付与動作を示すフローチャートである。

【図 8】

本発明の一実施形態例に係るオンラインショッピングサーバにおけるアクセス履歴生成動作を示すフローチャートである。

【図 9】

本発明の一実施形態例に係る潜在顧客抽出サーバにおけるアクセス履歴収集動作を示すフローチャートである。

【図 1 0】

本発明の一実施形態例に係る潜在顧客抽出サーバにおける潜在顧客抽出の動作を示すフローチャートである。

【図 1 1】

本発明の一実施形態例に係る広告送信サーバにおける広告を潜在顧客へ配信する動作を示すフローチャートである。

【符号の説明】

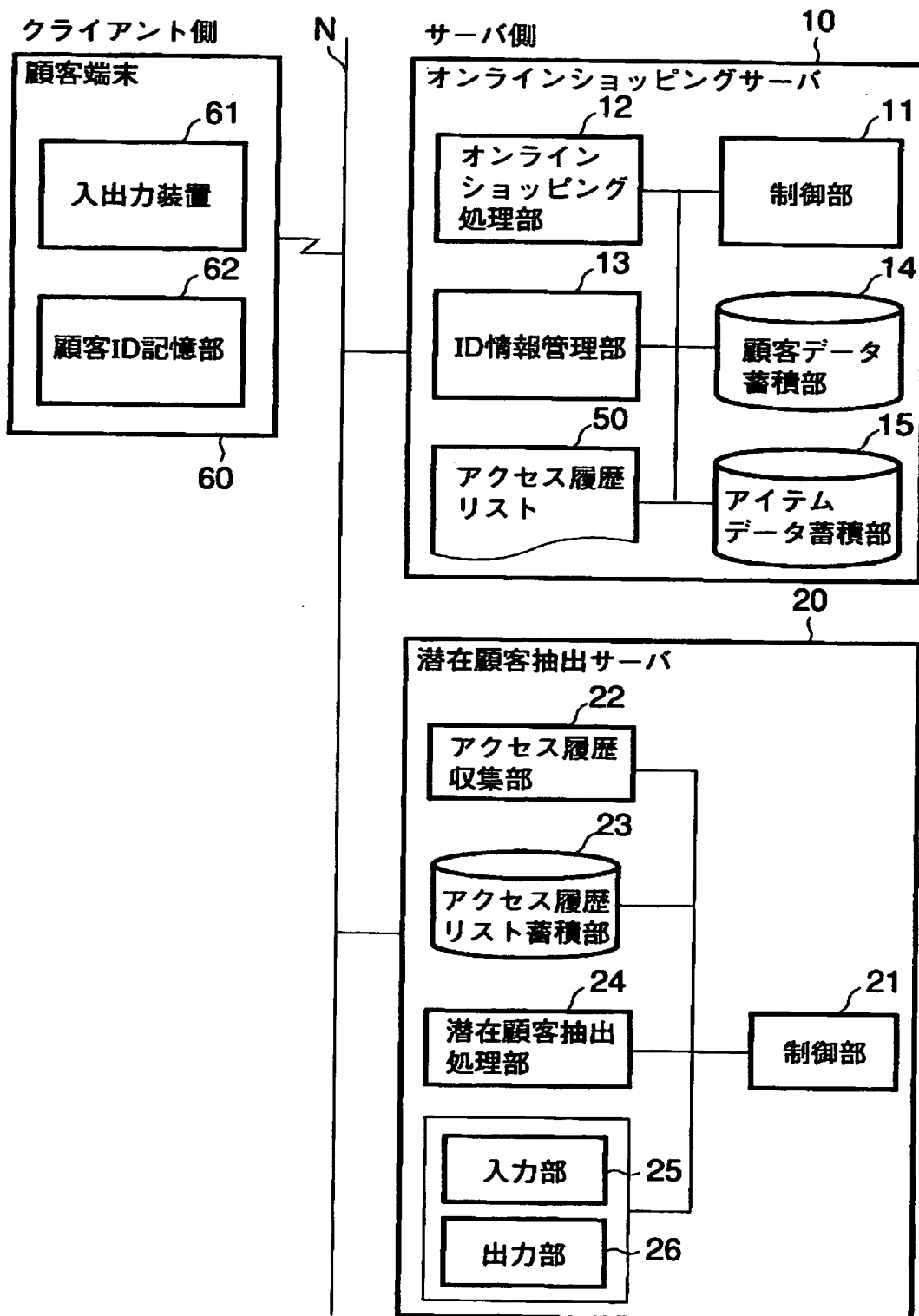
- 1 0 オンラインショッピングサーバ
- 1 1 制御部
- 1 2 オンラインショッピング処理部
- 1 3 ID 情報管理部
- 1 4 顧客データ蓄積部
- 1 5 アイテムデータ蓄積部
- 2 0 潜在顧客抽出サーバ
- 2 1 制御部
- 2 2 アクセス履歴収集部

- 2 3    アクセス履歴リスト蓄積部
- 2 4    潜在顧客抽出処理部
- 2 5    入力部
- 2 6    出力部
- 3 0    広告送信サーバ
- 3 1    制御部
- 3 2    広告配信処理部
- 3 3    入力部
- 3 4    出力部
- 3 5    顧客データ蓄積部
- 3 6    アイテムデータ蓄積部
- 4 0    課金情報管理サーバ
- 4 1    制御部
- 4 2    課金条件管理部
- 4 3    広告配信回数管理部
- 4 4    広告レスポンス管理部
- 4 5    入力部
- 4 6    出力部
- 5 0    アクセス履歴リスト
- 6 0    顧客端末
- 6 1    入出力装置
- 6 2    顧客 I D 記憶部

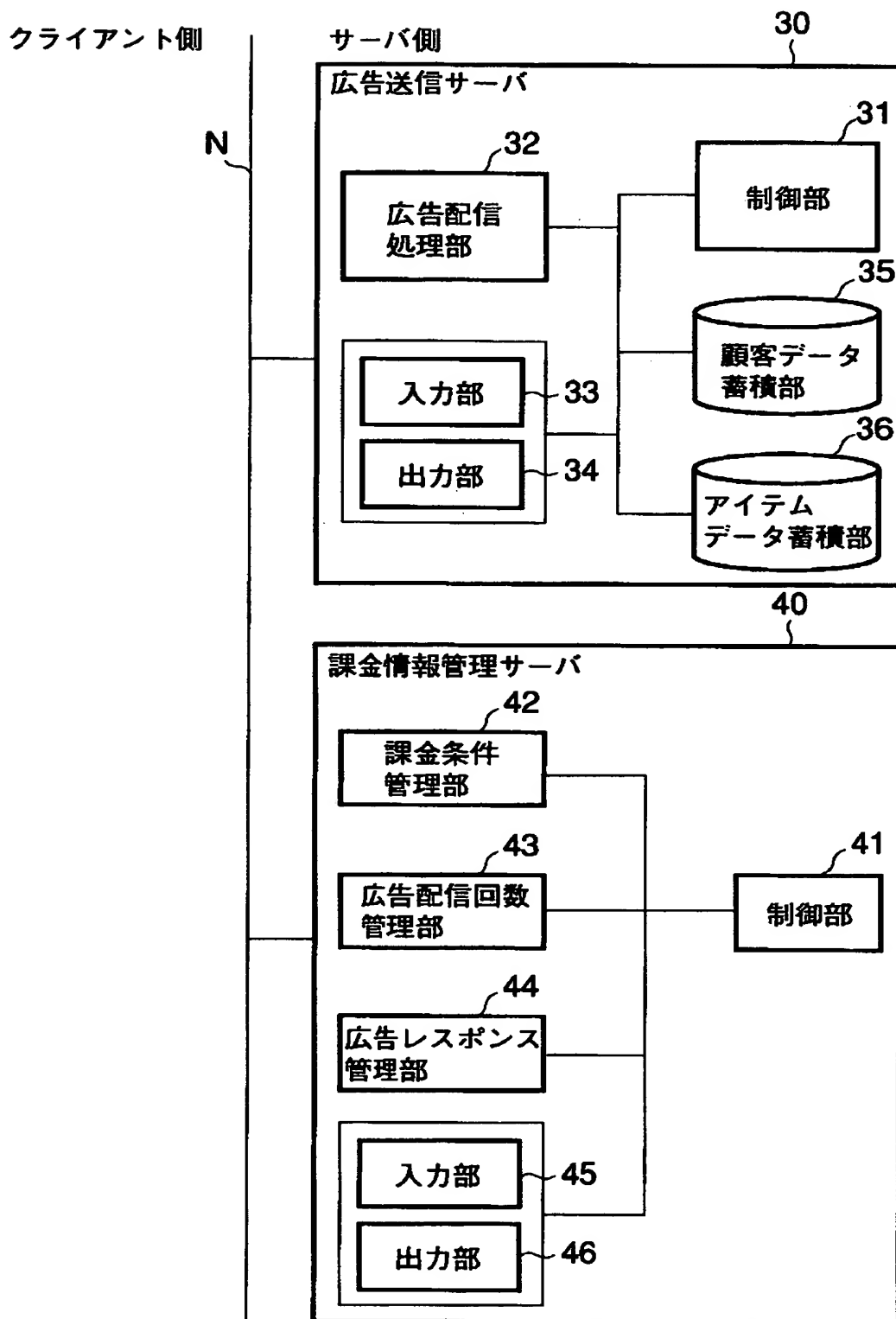
【書類名】

図面

【図 1】



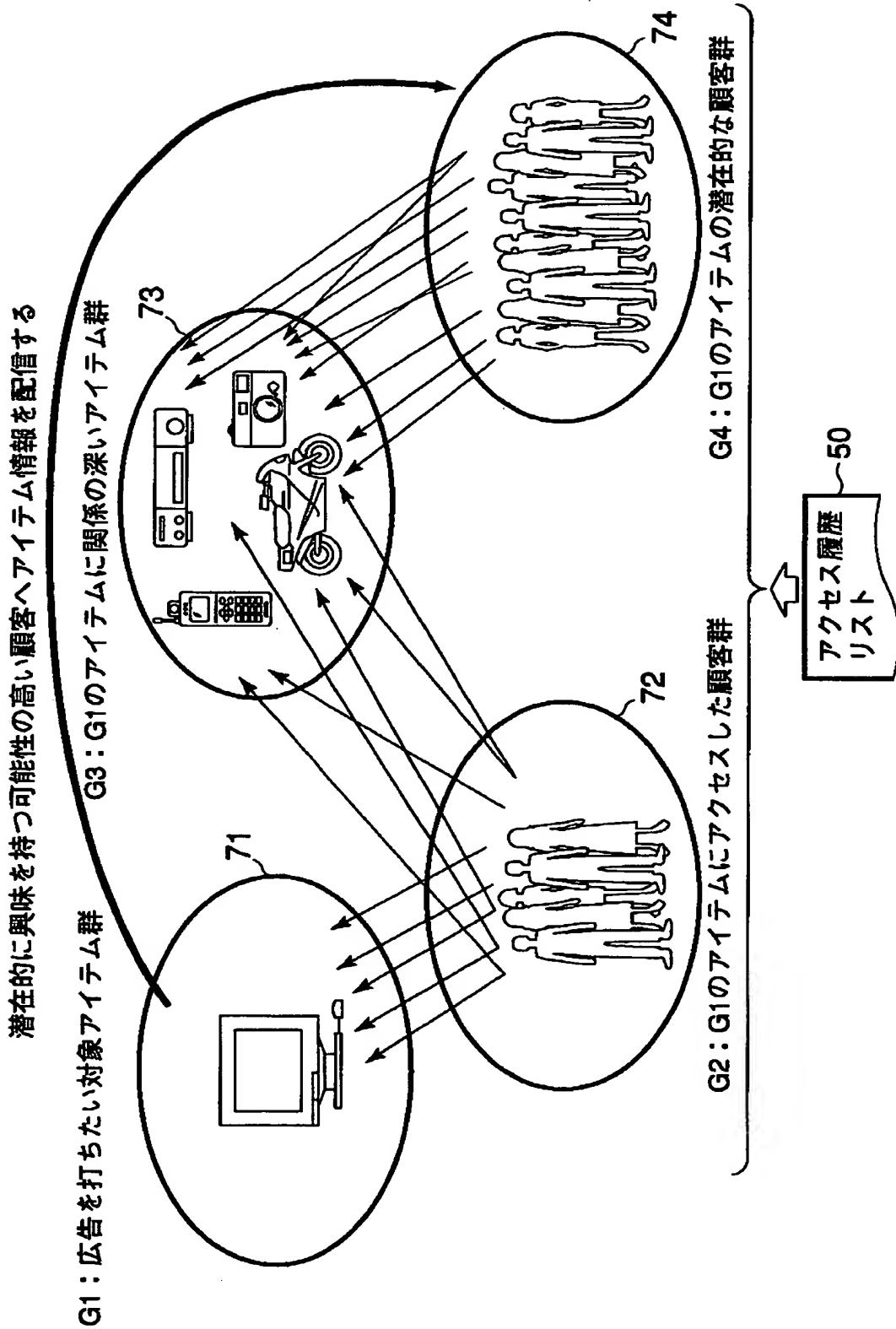
【図 2】



【図 3】

[illegible]

【図4】



【図 5】

80

広告対象アイテムリスト	
81 広告対象アイテムID	82 優先度

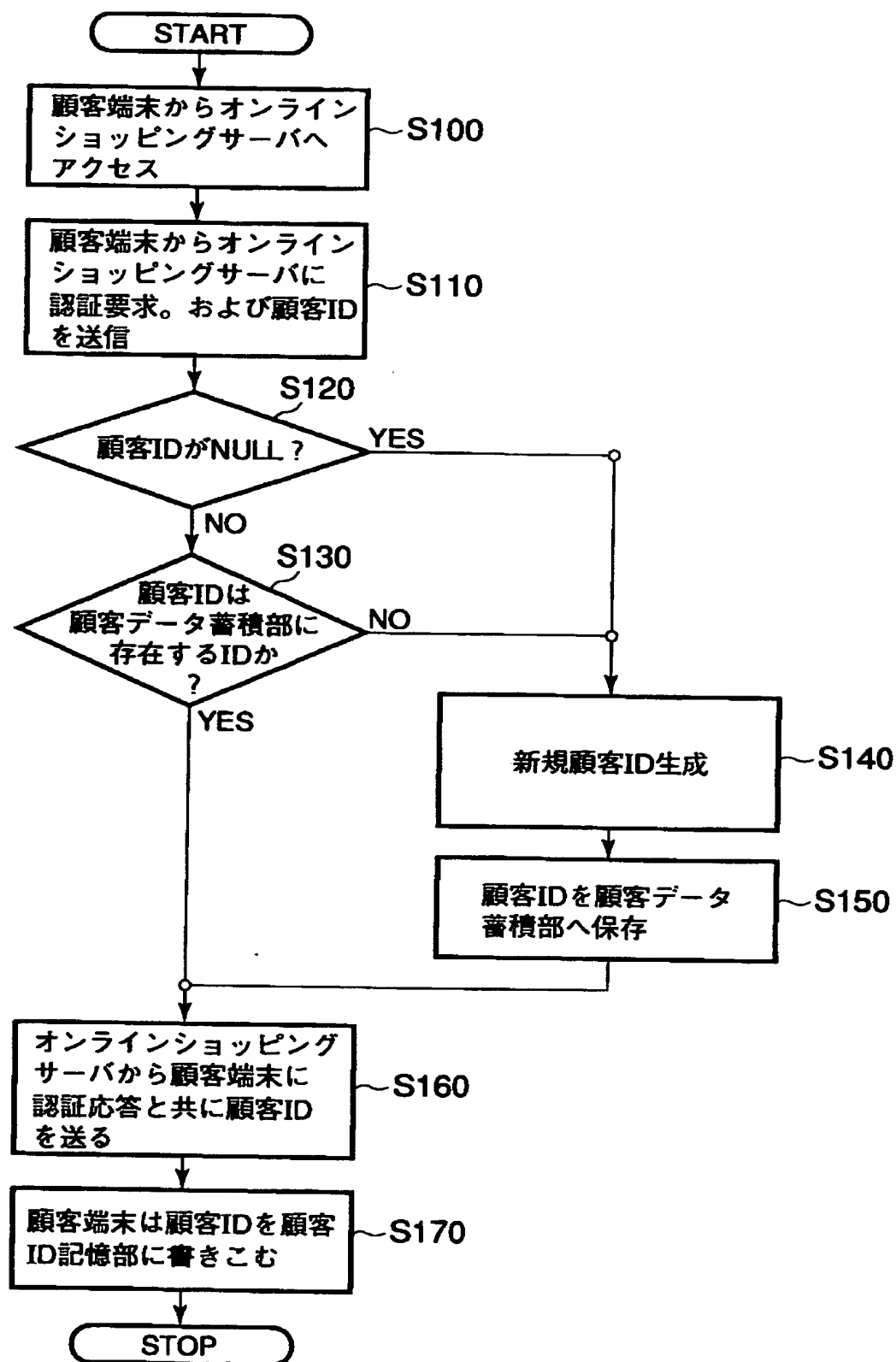
【図 6】

90

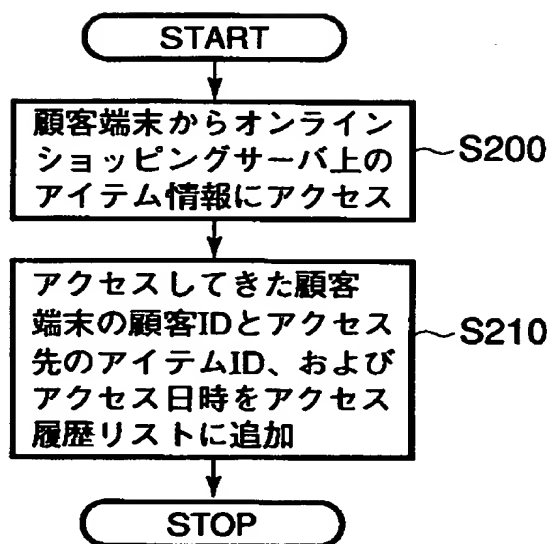
潜在顧客リスト		
91 優先順位	92 顧客ID	...



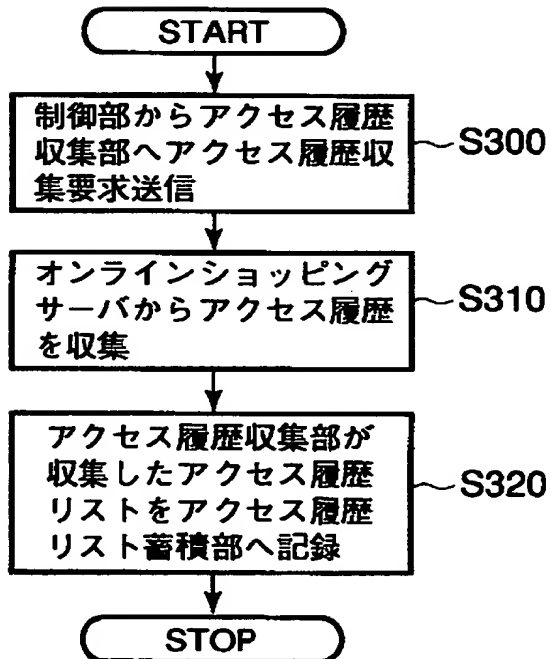
【図 7】



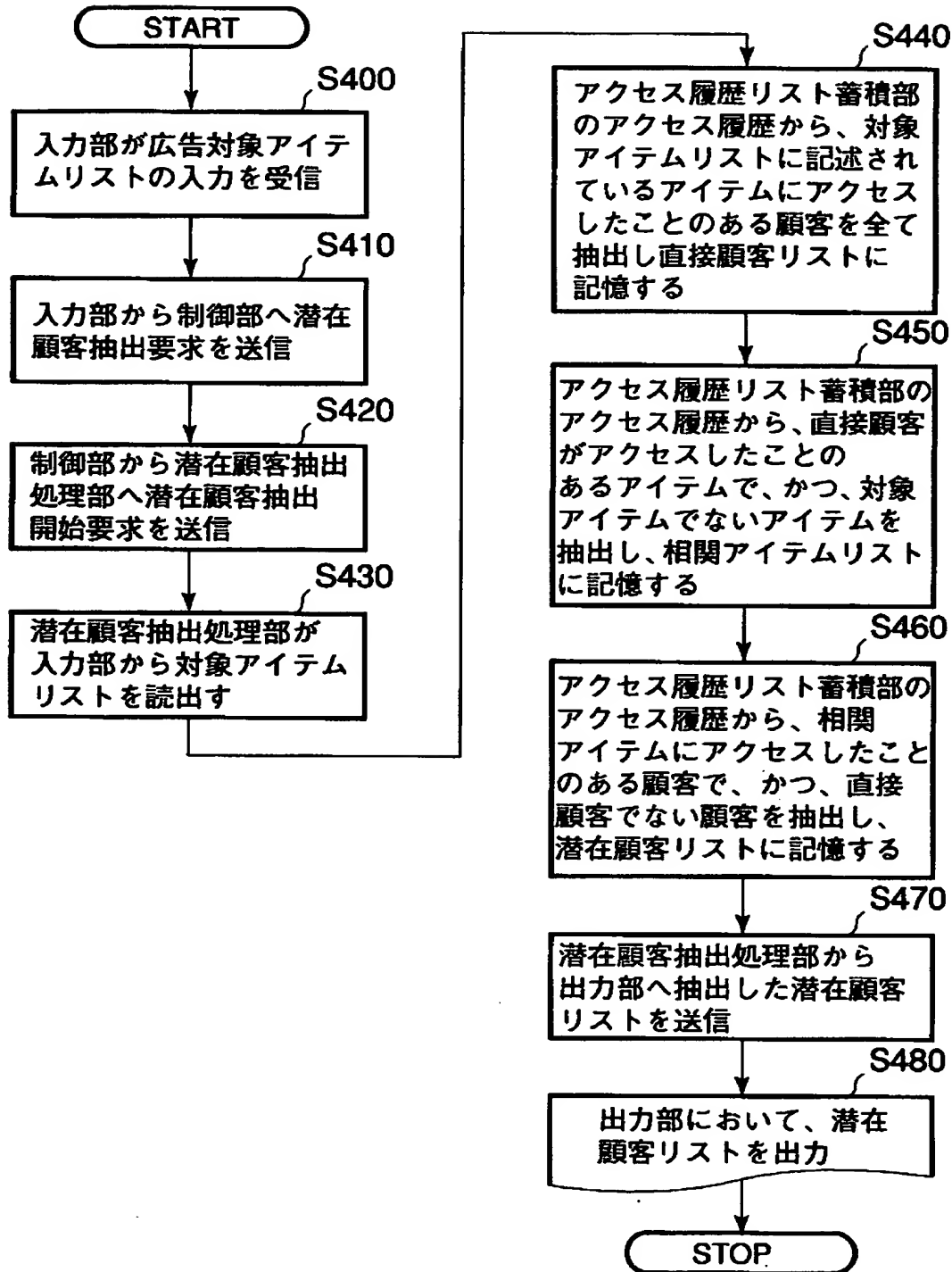
【図 8】



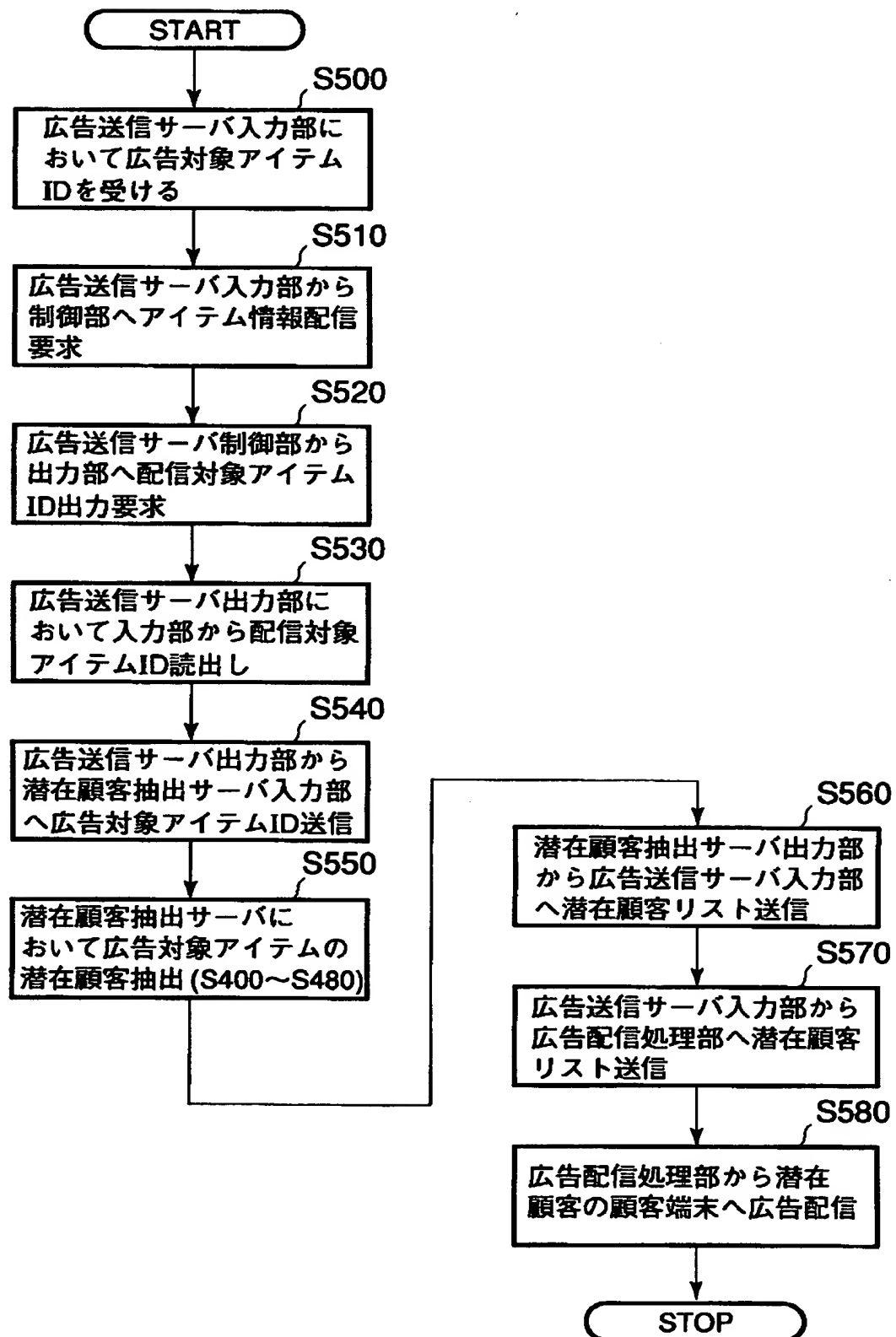
【図 9】



【図 1 0】



【図 1 1】



【書類名】                      要約書

【要約】

【課題】 本発明の課題は、顧客の属性、アイテムの属性登録なしに、アイテムを購入する確立の高い顧客のみへ広告を配信する潜在顧客への広告配信装置および方法を提供することにある。

【解決手段】 本発明は、顧客が過去にオンラインショッピング装置に対しアイテムの情報にアクセスした、または、アイテムの購入注文を出した履歴を収集し、前記収集したアクセス履歴をもとに、顧客毎のアクセス先アイテムリスト、および、アイテム毎のアクセス顧客リストを集計し、前記集計したアクセスリストをもとに、広告を配信したいアイテムの潜在的な顧客を抽出し、前記抽出した潜在顧客のリストを出力する潜在顧客抽出装置と、前記潜在顧客抽出装置が出力した潜在顧客のリストを入力として受け、前記入力されたリストの潜在顧客に対してアイテムの広告を配信する。

【選択図】                      図 4

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000004226]

1. 変更年月日 1999年 7月15日

[変更理由] 住所変更

住 所 東京都千代田区大手町二丁目3番1号  
氏 名 日本電信電話株式会社